

Revista CIDOB d'afers internacionals, n.º 95, (septiembre 2011), p. 31-41

ISSN 1133-6595 - E-ISSN 2013-035X

Desubicación de las vivencias en la Sociedad de la Información

The disorientation of experience in the Information Society

Fernando R. Contreras

Profesor de Tecnología de la Información y Cibercultura, Facultad de Comunicación,
Universidad de Sevilla
fmedina@us.es

RESUMEN

Este artículo introduce un novedoso estudio cultural desde la interpretación de algunos principios de la teoría de la complejidad social. Se analiza la repercusión de la Sociedad de la Información en la construcción de las identidades culturales europeas. La aceleración de la comunicación impide la reflexión reposada sobre las vivencias de los individuos y de sus comunidades. Europa debate sobre cuestiones cruciales de su identidad, fundándose en una información volatizada, desubicada e intemporal debido a la velocidad de los medios de comunicación.

Palabras clave: Complejidad, desubicación, intemporal, movilidad, identidad, cultura digital, medios masivos

ABSTRACT

This article introduces a new cultural study based on the interpretation of certain principles of social complexity theory. We analyse the impact of the Information Society on the construction of European cultural identities. The acceleration of communication prevents objective reflection on the experiences of individuals and their communities. Europe's debate on crucial issues of identity, based on volatilized information, and timelessly disoriented by the speed of the media.

Keywords: Complexity, disorientation, timeless, mobility, identity, digital culture, mass media

MOVILIDAD O DESUBICACIÓN EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

La tecnología es ya un sistema distinto dentro de una estructura totalizadora como es la sociedad. Para Luhmann (1997), esta estructura totalizadora surge a partir de la noción de diferenciación de la sociedad (*gesellschaftliche differenzierung*), formada por una serie de sistemas parciales y de relaciones entre sistemas y entornos. La forma de diferenciación primaria es la que determina la estructura de la sociedad. Existen dos formas de diferenciación primaria entre la cultura europea contemporánea y el límite de la comunicación: las relaciones entre el sistema social y su entorno, así como las redes de inclusión (o exclusión). Por un lado, los individuos son unidades elementales mentales (sistemas psíquicos) que conforman una organización política, económica, cultural y social. Los individuos son organismos condicionados por la biología y la subjetividad (en sus estados de conciencia o inconsciencia). Por el otro, la organización social busca la representación de los individuos mediante la construcción de sistemas más o menos complejos (la salud del individuo y su correspondencia social en el sistema sanitario) que permitan la convivencia de la diferencia innata al individuo. En este sentido, las redes digitales sólo sustentan la organización social, pero son incapaces de transmitir la información que se activa en un sistema psíquico. Es por ello que la Sociedad de la Información puede considerarse como un elemento social importante para la consolidación de nuestra comunidad, pero también como el elemento desintegrador del individuo. La tecnología nos reúne, pero no nos une, ya que la unidad es un sentimiento o una emoción que solo se desarrolla a través de la subjetividad individual de la experiencia o la vivencia humana. La unión es resultado de la comunicación a través de la aceptación de mundos simbólicos similares. Ahora bien, si en la comunicación son mundos de símbolos distintos los que contactan, se creará el efecto contrario, el conflicto. La complejidad demuestra, además, que el conflicto es necesario, porque permite el conocimiento de las diferencias y, consecuentemente, la aceptación o el rechazo.

Frente a la idea extendida de que ahora vivimos el cambio de la movilidad, pienso que nunca hemos dejado de vivir en movilidad. El paradigma cultural, económico y político de las civilizaciones del Mediterráneo lo demuestra. No obstante, sí podemos hablar de un cambio en la noción del tiempo. Las ideas que viajaban en barcos por el Mare Nostrum iban más lentas que las ideas que circulan por las redes digitales de radio, televisión, Internet o a través de la telefonía móvil. El tiempo es un auténtico factor de transformación en nuestro mundo. La subjetividad, entroncada entre las religiones, las creencias, los saberes y las expresiones del arte, es el resultado de siglos de convivencia de subjetividades diferentes que se cruzan en nuestra geografía. Consideremos, en comparación, el ritmo vertiginoso de la comunicación de las nuevas subjetividades introducidas a

través de las industrias culturales y las tecnologías. Son subjetividades que existían entre nosotros y que desconocíamos (lo local desconocido), y también las nuevas ideas que nos alcanzan desde otros espacios (lo global desconocido). El tiempo de comprensión de estas nuevas subjetividades se ha hecho *instante*, y las acciones/reacciones se suceden en la *inmediatez*. En este contexto, los conflictos provocados por las diferencias no maduran (tras un consumo voraz, veloz e insípido, dan paso a un proceso que llamaríamos *fast idea*, si recurrimos a la noción acuñada para la *comida rápida*).

La Sociedad de la Información permite la visualización del sistema social a distintos niveles temáticos de acuerdo con las agendas mediáticas. Desde lo económico a lo político, los medios explican el mundo próximo y el lejano que nos afecta. La pobreza en otras zonas del mundo, la violación de los derechos humanos, la violencia de género, el fundamentalismo religioso, el miedo a los conflictos bélicos, la desidia laboral, la delincuencia, el abuso de los poderosos o la corrupción política sirven en el discurso mediático para afianzar más la idea imperiosa de organización social. El medio de comunicación trabaja de este modo en la cohesión social; al recrear virtualmente con sus imágenes el fin de nuestro mundo, reflejando las desgracias de otras sociedades o, sencillamente, mostrando los peligros ocultos en nuestras ciudades, avisa de los riesgos de una sociedad desintegrada. La construcción mediática de nuestra debilidad, desesperanza o aburrimiento como individuos es lo que estimula en primer lugar la necesidad de identidad. Así, podemos definir todas las identidades como la representación del instinto básico de supervivencia en grupo frente a la apatía humanista que se extiende por Europa. Maffesoli (2004) añade, además, el mecanicismo racional y contrasta este aburrimiento cotidiano que formaliza nuevos grupos e identidades en Europa frente al espíritu estival y festivo de las naciones del otro lado del Atlántico. Latinoamérica combate esta desesperanza fusionando en una marmita la tragedia y la fiesta.

El aburrimiento social sacrifica la propia libertad de los individuos a un nuevo humanismo mediático, por el que se llega a aceptar la expulsión masiva de asentamientos gitanos en Francia a partir de explicaciones políticas en los medios. Desaparece en la sociedad posmoderna la racionalidad crítica, aceptando una lógica reduccionista que siempre ha sido constante en la consolidación de las naciones europeas entre lo civilizado o lo bárbaro. La invasión en siglos pasados por miedo a ser invadidos, la colonización por miedo a ser colonizados o la explotación de recursos ajenos por miedo a quedarse sin recursos propios, son el resultado de una lucha contra el bárbaro. Para Maffesoli, la lucha contra el bárbaro es la oposición al carácter dionisiaco de la dinámica social, que conlleva renovación y un imaginario repleto de policulturalismo (o multiculturalismo, o de influencias exógenas que revitalizan la ciudad o las naciones moribundas de un Occidente decadente).

El humanismo, debilitado tras la Segunda Guerra Mundial, encuentra otra forma de subsistir en el espectáculo mediático. La moral, la ética, la espiritualidad del sentido o

el valor abstracto de la experiencia no poseen afianzamiento en esta sociedad. Los nuevos valores ordinarios pertenecen al orden cotidiano o, más concretamente, a la vulgaridad de los valores del mercadeo. La evolución de una racionalidad instrumental heredada que se impuso en las sociedades industriales impide una revisión profunda del sentido actual del humanismo. Esta racionalidad asfixiante se defiende porque demuestra que sólo existe un modelo de civilización. La experiencia se reduce al consumo de las apariencias en una pantalla, en una reunión social o en un discurso universitario, porque la instrumentalización del pensamiento no necesita más. La sociedad admite la teoría de la identidad, pero rechaza su puesta en práctica. Niega todo conocimiento tácito del otro. La experiencia mediática inhabilita la facultad de *vivencia* y de *convivencia*, en tanto que completa la necesidad de compañía a través del simulacro del otro. Mientras que la apariencia sólo es virtualidad que se agota en su consumo, la convivencia es el peso de la existencia que se expone en toda su complejidad. Tememos la fluida corriente de los cambios en la realidad, y comenzamos a abrazar la identidad mediática como un punto fijo que impide que nos arrastren. Referente a esta idea, Maffesoli apunta a la intranquilidad de la existencia, pues, más allá del sentimiento de seguridad de cualquier ideología arraigada en lo profundo de la sociedad, surge la necesidad del desorden y de los cambios. Así, Europa se debate desde hace siglos en una gran paradoja que la desliza entre un conservadurismo identitario que significaría su propio fin, y una actualización de valores en un caótico nomadismo cultural cuyas fuentes suelen venir de fuera de su propio sistema.

La comunicación no puede resolver más cuestiones que las implicadas en el mundo de los símbolos. Por ello, frente a la realidad social en Europa, los medios operan en una simplificación de la complejidad de la vida. Los medios de comunicación no abarcan la complejidad de la comunicación humana. Mientras que la comunicación humana se debate en la paradoja-bucle de la voz interior de los individuos, que desean la movilidad generativa de una sociedad tediosa frente a la inmovilidad de un sistema civilizado repleto de inmutables valores autorreferenciales, la comunicación mediada (tecnológicamente) sólo puede transmitir reduciendo, compactando o comprimiendo en formatos de propagación de simulacros, trabajando las superficialidades funcionales de la sociedad. La reducción de estas superficialidades formaliza una identidad comunitaria basada en la exclusión. Es una identidad definida desde la negación: lo que no quiere, lo que no es, lo que no tiene, lo que no debe o lo que no puede. La subjetividad se hace selectiva por las propias condiciones del medio informativo, que sólo puede trabajar sobre la base de elementos comunes y conocidos. La subjetividad mediática reduce la complejidad de lo real y, con ello, afianza la inmovilidad de los valores tradicionales. Estas consideraciones, también vistas por Luhmann (1997), nos explican que la identidad europea es un concepto teórico-diferenciado de la racionalidad de sistemas. Es un sistema que se excluye del entorno y se incluye a través de la observación de sí mismo. Las propias

observaciones del sistema buscan diferencias con el entorno, entre autorreferencias y referencias externas. La exclusión es un escudo protector que incita al sistema a construir su propia complejidad; en nuestro caso, los medios marcan diferencias dentro del sistema a partir de la distinción de la unidad. La tradición conserva las ideas dominantes, y la identidad europea se desarrolla mediante la propia autopoiesis en la autodistinción, en la autodisolución y en la auto-re-construcción.

Actualmente, la subjetividad no deposita los cambios en el fondo del sustrato cultural tras un filtrado que sólo el tiempo logra (como una hermosa catedral realizada por arquitectos de distintos tiempos que han sabido fusionar otros estilos con la concepción de arte de su época). La velocidad de las conexiones digitales provoca una atmósfera con noticias subjetivas flotando en el aire que desorientan a los individuos. No parece surgir una dirección en esta red de comunicaciones, y ello permite que se consolide un relativismo informativo que oculta, tras su flexibilidad y tolerancia, la inseguridad de un sujeto que desconoce cada día más su propia identidad o, lo que es lo mismo, qué rumbo tomar. Llamen la atención las incoherencias en las nuevas definiciones de una Europa en movilidad que desea fundar un policromatismo cultural, incoherencias que sólo dan ocasión de discutir hermenéuticamente la forma de observar; es decir, de reencontrar un rumbo hacia una ética, una estética y un cognitismo europeo a partir de la propia subjetividad.

Los barcos viajaban por el Mare Nostrum con una dirección establecida por sus patrones. En nuestro caso, los internautas digitales invaden el imaginario arruinado por una racionalidad que viaja transformando lo incomprensible en comprensible. Europa siempre ha ofrecido sus razones. Los viajeros europeos nunca han podido aproximarse semánticamente a las culturas del entorno, a pesar de su gran esfuerzo en la movilidad. John Urry (2004) distingue varias formas de movimiento para el mundo actual: a) la movilidad física de las personas (trabajo, migración, negocios, vida familiar); b) la movilidad física de los objetos de consumo (redes comerciales); c) la movilidad imaginaria a través del consumo cultural de las representaciones de otros lugares y situaciones; d) la movilidad virtual a través del consumo de espacio y tiempo por Internet; y, finalmente, e) la movilidad comunicativa entre personas mediante tecnologías. Todas estas expresiones de la nueva movilidad tienen el denominador común de la subjetividad encubierta y el proceso de comprensión de las nuevas significaciones. En este sentido, la movilidad también supone un movimiento de la racionalidad europea con una dirección (comprensión/ignorancia; encubrimiento/descubrimiento) y un sentido (aceptación/rechazo).

La movilidad elimina la ubicuidad de ideas que no pueden consolidar sistemas. De un ideocentrismo se pasa así a un imagocentrismo, donde la madurez del pensamiento es reemplazada por imágenes, simulacros o apariencias. Todo antes de aceptar lo que semánticamente llamaríamos en la tradición, religión o creencias. La identidad no se construye sobre lo inseguro, lo arbitrario o lo imaginado. En estos enredos, la comunicación no

aporta soluciones a la construcción de una identidad común y, aún menos, universal. No podemos llamar unión a los efectos producidos por los medios de comunicación que comparten las mismas noticias a través de las agencias informativas o al intercambio de la producción de nuestras industrias culturales. La Sociedad de la Información no es eficaz para la construcción de una identidad europea, pero sí podemos aceptar que es un medio para visualizar las alianzas o los conflictos, aunque sea desde su imagen superficial. Los medios muestran diariamente la paradoja de Europa, lo que es, lo que piensa y sus acciones para la convergencia: el relativismo, el posmodernismo, la interculturalidad, la deconstrucción, etc.

EL PARADIGMA DE LA CULTURA CONTEMPORÁNEA: DEL CRUCE DE CULTURAS A LA MOVILIDAD

En estos momentos, las redes ofrecen un nuevo escenario de comunicación que todavía no alcanza a dominar la complejidad articulada por las significaciones producidas desde el razonamiento particular que causa el derrumbe del individualismo y aumenta las asociaciones tribales alrededor de los medios. Condicionado por los nuevos intervalos, la instantaneidad y la inmediatez, impuestos por la organización social contemporánea, los individuos viven alineados en una sociedad dividida en tribus mediáticas. En este bucle, que une individuo y sociedad a través de un movimiento fluido y un tiempo que ha cambiado la unidad del *segundo* por el *frame* de una imagen videográfica, podemos encontrar parámetros de aproximación al nuevo orden vital.

Como han contemplado observadores de la posmodernidad (Lyon, 2002; Lyotard, 1987; Foster, 1985; Corm, 2007), hemos pasado de comunidades de sentido, en torno a grandes ideologías y religiones, a comunidades que giran alrededor de grandes iconos. Hemos sustituido las ideas por las imágenes en un mundo en el que, sin tomar conciencia del cambio, cada vez cobra más relevancia la representación que la acción.

“El posmodernismo involucra una disolución de las fronteras, no sólo entre culturas alta y baja, sino también entre distintas formas culturales como el turismo, el arte, la educación, la fotografía, la televisión, la música, los deportes, las compras y la arquitectura” (Urry, 2004: 85).

Las apariencias ofrecen el sentido cuando las sociedades convierten las ideas en ocurrencias volátiles y vaporosas. Hemos hecho del lenguaje la acción, por el empeño

occidental de racionalizarlo todo. Las imágenes se prestan a la expresión de la naturaleza de aquellos objetos que no tienen identidad autónoma en nuestra cultura. Esto se explica desde el mismo proceso artístico de la objetualización, cuando Duchamp desnaturalizaba el objeto (un urinario o un portabotellas) para transformarlo en una obra de arte. De otro modo, desde la perversión de esta práctica cultural, la fotografía hizo del cuerpo femenino un objeto de deseo que cosifica la identidad de la mujer a través de la pornografía. La televisión, en la misma dinámica, ha desvirtuado el estado de la pobreza a través de su representación espectacular en los programas de reporterismo sensacionalista. Algo parecido dice también Urry cuando reflexiona sobre la repercusión de la fotografía en el turismo o en el viaje:

“Y la fotografía da forma al viaje de modo tal que éstos consisten en pasar de una ‘buena vista’ que captar en película a una serie de otras más. Los objetos y tecnologías de las cámaras y películas han constituido la naturaleza misma del viaje, al convertirse las localizaciones en vistas, y han construido lo que vale la pena ‘ver’ y qué imágenes y memorias deben traerse de vuelta [...]. La cámara hace esto convirtiendo la naturaleza y la sociedad en objetos captables (del mismo modo en que la fotografía convierte a las mujeres en objetos materializados en una página o vídeo)” (ibídem: 142).

Los medios de comunicación han creado una red cada vez más infantilizante que ha terminado con la pasión de la existencia y ha instaurado nuevas redes de dependencia en la conciencia individual. El sinsentido se extiende a modo de contaminación cultural, cuando el proceso no contempla los efectos secundarios de la convivencia de estas virtualidades en los fundamentos sólidos de nuestra perspectiva del mundo. Esta misma reflexión también se la hace Guattari (2008: 46):

“Esto se corresponde a un cierto uso de las máquinas de producción, de los instrumentos mediáticos, de los equipamientos de la vida social y de las instituciones de existencia. Uso que consiste en capitalizar la subjetividad humana para que se discipline y se consagre a hacer durar el viejo orden social, de jerarquías cualesquiera heredadas de la Edad Media. Es idiota, ¡pero es así!”.

La nueva contingencia imaginaria aísla la acción, la decisión y las actitudes frente a un mundo que se defiende en el relativismo epistémico o, exactamente, en el miedo a un nuevo error por tomar una dirección concreta (como sucedió con el nazismo, el comunismo o el fascismo). La sociedad actual reprime con nuevas fobias a las religiones o a la propia evolución de la racionalidad, ya que, en el fondo, no deja de ser otra religión que se apoya en la inmovilidad. Se dice continuamente que la complejidad del mundo

desaparece en los medios de comunicación, y que éstos finalmente lo empequeñecen. Efectivamente, el mundo debería mostrarse complejo en la interpretación de nuestros medios de comunicación, es decir, lleno de tantas relaciones, que escape a nuestra racionalidad. Y estas relaciones deberían vincular lo biológico con lo convencional, la naturaleza con la cultura, y admitir los caminos sin salidas en la convivencia humana, como hemos comprendido esta vinculación entre los seres vivos de un ecosistema natural.

La identidad europea obedece a modelos discursivos que sólo despiertan expectativa y se estilizan a sí mismos. Esta tesis también es compartida por Luhmann (1997), cuando hace referencia a la alegría de los discursos posmodernos como la deconstrucción o el *anything goes*. Nos referimos a un modelo de observación que se comporta como estipulan las normas creadas por una instrumentación lógica para esta finalidad. La construcción de este mundo reducido se basa en ciertos obstáculos epistémicos, resultado de la observación de un observador que sólo calcula racionalmente aquello que observa, pero que no considera que sólo vea lo que ve y no ve lo que podría ver. El imagocentrismo es una condición de nuestra cultura provocada por la mediación técnica: la pintura, la arquitectura, la escultura, la imprenta, el cine, la televisión o Internet. Predomina la exención visual sobre otra construcción discursiva de las realidades. La experiencia humana necesita de un interfaz mediático (de un medio de comunicación) que revele lo que ya la visión humana no comprende. Además, la visión se muestra como la única vía posible de aproximación a lo real en la misma experiencia humana. Curiosamente, esta mediatización del mundo europeo es resultado de una estetización de lo político. El arte se pone al servicio de discursos que no le son propios. Es otra paradoja de la posmodernidad europea que, frente a la banalización de un arte acabado, busca el respaldo de una utopía. A través de la interacción entre lenguaje y objeto, el arte se atreve a una aventura semiótica cuya meta es crear una aporía, un dilema irresoluble y no sólo la falta de certeza. En este camino, la racionalidad europea parece vaciarse de significados cuando la comunicación y la cultura desrealizan y despersonalizan la misma existencia. Sugieren que no hay realidad. Los medios de comunicación se repliegan sobre sí mismos con lenguaje banal, concebido básicamente como espectáculo social.

LA EXHIBICIÓN MEDIÁTICA POSMODERNA

En una Sociedad del Espectáculo, recordando a Guy Debord (2002), los discursos sociales obedecen a los dictados de los medios de comunicación. Los mensajes masivos, los contactos masivos a través de las redes e incluso la proliferación de líderes de opinión a la carta en Internet resuelven los enredos de la complejidad social, encubriéndolo-

la con una puesta en escena mediática. Esta teatralidad de la vida social ha conducido a una concordia que se desarrolla entre simulacros. Los medios solucionan la complejidad de la vida, de los hechos, de los acontecimientos o de los fenómenos a través de la reducción de la información (por ejemplo, a través de las agendas mediáticas o el uso de estereotipos para el tratamiento de la noticia). Los medios de comunicación o las industrias culturales ocupan la función antroposemántica de la religión o de las grandes ideologías en otros períodos de la humanidad, ofreciendo una interpretación más fácil de la vida.

La simulación reemplaza la experiencia individual, en un rito tribal de consumo. El *salvaje mediático*, como lo llamaban McLuhan y Powers (2005), recupera el pequeño universo de la aldea. La reunión alrededor de la hoguera para contar las historias de la tribu se sustituye por la interconexión en red. Las máquinas de la infantilización capitalizan las subjetividades en estos nuevos escenarios, debilitando las instituciones sociales que ya no interesan. La simulación mediática marcha en dos sentidos: en la transformación y en la liberación de la vivencia personal. Este aplazamiento de la vivencia personal en un primer nivel es finalmente un retorno a lo real, pero, como ha expresado a su manera el arte de las vanguardias, es una vuelta traumática (Foster, 1985; Lacan, 1984; Van Boheemen-Saaf, 1999). El trauma surge tras la imposibilidad de encuentro del individuo con lo real. Este intento fallido sólo puede solventarse mediante la repetición, ya que lo real no puede representarse. Sólo cabe la repetición porque lo real se resiste a lo simbólico y tampoco es significativo. Las imágenes del mundo explican las escenas de la vida que ahora se muestran desprovistas de objetos, de ahí que incluso podamos hablar de una sociedad *obscena*. El mundo se fuga entre simulacros, a modo de viaje en un parque de atracciones. El paisaje obedece a un mecanismo que renueva la misma escena para los distintos viajeros. Los medios de comunicación repiten su realidad hasta la saciedad como aproximación a lo imposible.

El actual biocentrismo, que reemplaza al ecologismo, el cooperativismo social o el europeísmo mediático obedecen más a posturas visuales, al desarrollo de imágenes sociales que tienen que ver más con la visibilidad. De modo anticipado, ya lo anunciaba Walter Benjamin, la política se *estetiza* y el arte se *politiza*. La radicalización de estas ideas modernas está causada por un proceso de hiperrealismo en un discurso fluido de superficialidades que desacraliza lo real. El activista se hace espectador que mira con desesperación, ya que mediáticamente el discurso fracasa en un intento de encubrir lo real. Finalmente, aunque consumimos ilusiones especulares, éstas acaban recordando la realidad traumáticamente. El teatro de la crueldad envuelve por delante, por detrás, por los lados y en todas las direcciones creando una cartografía de subjetividades por el extenso territorio de Europa. Parafraseando a Guattari (2008), el sistema maquínico provoca un empobrecimiento continuo de los individuos en cuanto productores de subjetividades. El *filium* maquínico se expande. Todos los procesos de elección, de supresión y de

procreación de máquinas, unas a partir de otras, crean potencialidades tanto científicas o racionales como artísticas o emocionales.

La cultura posmoderna (occidental) se debate en un mar de dudas frente a sus instituciones debilitadas (institucionalismo *vs.* relativismo). El miedo burgués al caos, la necesidad de vivir bajo un orden racional, empantana un pensamiento más libre, creativo y abierto en Europa. La infantilización de las producciones subjetivas, acentuada con la binarización de los mensajes, la uniformización, la unidimensionalidad de las relaciones del mundo y la expansión de otras funciones no denotativas del lenguaje (continúo leyendo a Guattari, 2008: 49), como los montajes inéditos de relaciones con el mundo, son obstáculos para el debate de la identidad europea. La cultura occidental piensa bajo una racionalidad instrumental que no ha logrado demostrar la vía correcta. Quizás, como observa Luhmann (1997), haya bloqueos epistémicos procedentes de la tradición que impiden continuar hacia delante anclados en suposiciones que difícilmente ponemos en duda:

- El conocimiento es racional en su propia naturaleza.
- El aprendizaje mejora, no deteriora el estado del sistema que aprende y se ajusta al entorno.
- Todos pensamos que la comunicación y la comunicación social en el interior de nuestras comunidades ayuda a la comprensión, en vez de provocar efectos contrarios.
- La racionalidad casi nunca se comprende como un programa orientado a la optimización de la utilidad o la comprensión razonable, aunque esta no sea justa.

Según expresa el sociólogo alemán, en nuestra cultura comprender, conocer, entender o comunicar implica también admitir las distinciones de distintas racionalidades, tantas como individuos. Esto conduciría la observación a un segundo grado, y aquí el observador se encuentra con el obstáculo de observarse dentro de lo observado. Esta necesidad de distinción ha sido llevada a la misma idea que se independiza del ser del sujeto. Concluyendo en la línea de Luhmann, el pensamiento europeo comienza precisamente distándose de la distinción del sujeto: *Lo que yo pienso no es pensamiento si lo pienso yo, y la naturaleza sólo es naturaleza a partir de que no se distingue como naturaleza, sino que es otro sujeto externo quien le otorga esa categoría.* El mundo se presupone como orden, como cosmos, como universo, como creación, y mientras la mirada busque la coincidencia entre lo que no es con lo que para otro es, estará condenada al eventual fracaso. No tiene valor la observación de uno mismo, sino aquello que pertenece a la observación desde la contingencia. La observación además establece una diferencia funcional entre el ego y el alter.

Referencias bibliográficas

- CONTRERAS, Fernando R. "La fractura de la innovación en la segunda brecha digital". *Observatorio (OBS*) Journal*. Vol. 4. No. 1 (2010). P. 161-183 [en línea]. <http://www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewArticle/327>
- CORM, Georges. *La cuestión religiosa en el siglo XXI: geopolítica y crisis de la posmodernidad*. Madrid: Taurus, 2007.
- CORSI, Giancarlo; ESPOSITO, Elena; BARALDI, Claudio. *Glosario sobre la teoría social de Niklas Luhmann*. México, D. F.: Universidad Iberoamericana, 1996.
- DEBORD, Guy. *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Pre-Textos, 2002.
- FOSTER, Hal (ed.) *La posmodernidad*. Barcelona: Kairós, 1985.
- GUATTARI, Félix. *La ciudad subjetiva y post-mediática. La polis reinventada*. Cali: Fundación Comunidad, 2008.
- LACAN, Jacques. *Escritos*. México: Siglo veintiuno, 1984.
- LUHMANN, Niklas. *Observaciones de la modernidad. Racionalidad y contingencia en la sociedad moderna*. Barcelona: Paidós, 1997.
- LYON, David. *Jesús en Disneylandia: la religión en la posmodernidad*. Madrid: Cátedra, 2002.
- LYOTARD, Jean François. *La posmodernidad (explicada a los niños)*. Barcelona: Gedisa, 1987.
- MAFFESOLI, Michel. *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. Madrid: Siglo XXI, 2004.
- MCLUHAN, Marshall y POWERS, B. R. *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa, 2005.
- URRY, John. *La mirada del turista*. Lima: Universidad de San Martín de Porres, 2004.
- VAN BOHEEMEN-SAAF, Christine. *Joyce, Derrida, Lacan, and the trauma of history: reading, narrative and postcolonialism*. Cambridge; New York: Cambridge University Press, 1999.